

УДК 338.48

Л.А.НОХРІНА, канд.техн.наук

*Харківський національний університет міського господарства імені О.М.Бекетова***ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КОНТРАГЕНТІВ В МОДЕЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

Визначено межі відповідальності ключових контрагентів моделі сталого розвитку туризму. Сформульовано детермінанти механізму ухвалення спільних рішень щодо застосування регуляторних інструментів забезпечення сталого розвитку туризму. Доведено, що економічна результативність сфери туризму примножується за умови формування відповідальності в межах моделей проактивної поведінки держави, суб'єктів економічної діяльності, споживачів/ туристів, інших груп стейкхолдерів, в рамках чистого довкілля та нормального соціального мікроклімату.

Определены границы ответственности ключевых контрагентов модели устойчивого развития туризма. Сформулированы детерминанты механизма принятия совместных решений по применению регуляторных инструментов обеспечения устойчивого развития туризма. Доказано, что экономическая результативность сферы туризма умножается при условии формирования ответственности в границах моделей проактивного поведения государства, субъектов экономической деятельности, потребителей/ туристов, других групп стейкхолдеров, при условии сохранения чистой окружающей среды и нормального социального микроклимата.

The limits of liability of key counterparties model of sustainable tourism development. Formulated determinants of decision-making on joint use of regulatory tools to ensure the sustainable development of tourism. It is proved that the economic impact of tourism is multiplied on condition of formation of responsibility within the model of proactive behavior of the state of economic operators, consumers / tourists, and other stakeholder groups , while maintaining a clean environment and normal social climate.

Ключові слова: сталий розвиток туризму, відповідальність, групи стейкхолдерів, заінтересовані сторони, контрагенти, стійкі переваги, сфера туризму.

Цілеспрямована координація діяльності всіх контрагентів сфери туризму упереджує нераціональне використання природних ресурсів, за одночасного формування стійких екологічних і соціальних переваг певної території, сприяє економічному процвітання бізнес-структур.

Детермінантами моделі сталого розвитку туризму є всеосяжне комплексне стратегічне планування на всіх рівнях, всебічна державна підтримка, конструктивний діалог всіх контрагентів. Варто підкреслити сучасну значущість і відповідальність контрагентів у вирішенні широкого кола державних і локальних проблем щодо сталого розвитку туризму, що обумовлює мету дослідження.

Незважаючи на велику кількість публікацій зарубіжних та вітчизняних авторів, характерною рисою досліджень теоретичних засад сталого розвитку туризму є акцентованість на термінології, що підкреслює актуальність статті та зумовлює її цілі та задачі.

Виходячи з наведеного, метою статті є визначення меж відповідальності стейкхолдерів в моделі сталого розвитку туризму, що забезпечить гармонізацію економічного, екологічного, соціального та етичного клімату суспільства. При цьому результативність комунікативних процесів примножується за умови формування сфери відповідальності в межах моделей проактивної поведінки держави, суб'єктів економічної діяльності, споживачів/ туристів, всіх груп стейкхолдерів.

Сфера відповідальності держави. Враховуючи, що сфера туризму є концентрованим осередком бізнес-структур приватного сектора (як правило, це різнонаправлені за видами діяльності, середні, малі та мікропідприємства), без державних інвестицій, направлених на реалізацію стратегічних пріоритетів державної туристської політики, за умови активного залучення всіх контрагентів до конструктивних комунікативних процесів, вона є уразливою до негативного впливу економічних, соціально-культурних та екологічних факторів. Відповідальність держави щодо гармонізації аспектів триєдиного базису концепції сталості, розроблювання всеосяжної концепції сталого розвитку туризму, впровадження механізму моніторингу реалізації та оцінювання результативності є ключовою.

Держава забезпечує підтримку політики миру і стабільності, реалізацію принципів доктрини інформаційної прозорості і відкритості, як підґрунтя розвитку туризму.

Відповідальність і проактивна позиція держави сприяє конструктивному позиціонуванню туризму в моделі державної стратегії сталого розвитку, забезпечує розуміння і підтримку туристської діяльності різних секторів на всіх рівнях управління, формує усвідомлену прихильність стейкхолдерів та лояльність споживачів.

Державна концепція сталого розвитку туризму має ґрунтуватися на триєдиному базисі за умови підтримки миру і стабільності, принципах й цілях сталого розвитку туризму. Стратегія сталого розвитку туризму розроблюється на всіх рівнях управління, охоплює актуальну проблематику, має чіткі формалізовані цілі, передбачає механізм моніторингу й оцінювання результативності. Відповідальність держави забезпечує цілеспрямоване керівництво та всеосяжну координацію діяльності численних бізнес-структур сфери туризму, що формують досвід та ступінь задоволеності відвідувачів, з урахуванням агрегованого характеру туристських послуг та географічної розпорошеності продуцентів, результати діяльності яких впливають на суспільство в цілому та конкретні територіальні громади, навколишнє середовище.

Держава розроблює та ухвалює закони, нормативні акти та інші документи, що сприяють сталому розвитку туризму, має структури

контролю та нагляду за дотриманням регламентаційних приписів, органи сертифікації та ліцензування. Відповідальність держави у цьому контексті передбачає конструктивні програми стимулювання, що формують вектори туристичної політики на всіх рівнях управління. На державному рівні такі програми мають бути складовою національної стратегії сталого розвитку туризму та державної стратегії розвитку регіонів. На регіональному рівні державна підтримка туризму може включати часткове або повне фінансування інвестиційних проєктів з формування прийнятної інфраструктури, наприклад, через сприяння державно-приватному партнерству. На локальному рівні програми стимулювання можуть передбачати субсидювання виробників.

Сфера відповідальності держави передбачає формування прийнятної інфраструктури та єдиного кадастру туристських ресурсів. Існуюча в Україні розпорошеність великої кількості інфраструктурних проєктів не сприяє сталому розвитку туризму. Інфраструктура, що забезпечує процеси надання туристських послуг не має єдиного розпорядника.

Відповідальність і проактивна позиція ратифікує легітимність добровільних і допоміжних інструментів регулювання діяльності в сфері туризму. Впровадження «добровільного» інструментарію не входить до сфери компетентності держави, проте, провадна підтримка є, як правило, визначальною домінантою реалізації таких програм.

Державна політика, в рамках наукового підходу до сталого розвитку туризму, передбачає ініціювання та фінансування досліджень щодо соціальних, економічних та екологічних впливів туризму. З метою поширювання знань, держава забезпечує формування відкритого депозитарію кращих локальних туристських практик і створює умови для тиражування конструктивного досвіду. Відповідальність державної туристської політики передбачає підготовку фахівців для сфери туризму, функціонування постійних курсів підвищення кваліфікації.

Відповідальність держави в моделі сталого розвитку туризму передбачає залучення до ухвали рішень груп стейкхолдерів. Модель проактивної державної політики є гарантією конструктивного діалогу на всіх етапах планування, розроблювання, реалізації, моніторингу та оцінювання стратегій, проєктів та програм сталого розвитку туризму. Механізмами реалізації можуть бути круглі столи, робочі групи, асоціації, тощо. Інструментами фінансування, за координації органів місцевого самоврядування, – відповідальне інвестування у сферу туризму.

Таким чином, ґрунтуючись на зазначеному вище можемо стверджувати, що керівними детермінантами моделі є унітарний підхід, тотальна державна концепція сталого розвитку туризму, широкомасштабна стратегія. При цьому стратегічні плани поступу туризму в регіонах

та локальних туристських об'єктах України за цілями, змістом і завданнями мають узгоджуватися з державною концепцією та державною стратегією сталого розвитку туризму.

Сфера відповідальності бізнесу. Туризм впливає на життєздатність економічних, соціальних та екологічних систем. Ці процеси взаємопов'язані та складні, оскільки туристичні маршрути, зазвичай, включають відвідування природних і культурних пам'яток, що зумовлює значні доходи [1].

Відповідальність бізнесу полягає в акумуляції таких доходів задля формування реальних програм інвестування у збереження і стале використання біологічних ресурсів, фінансування заходів щодо мінімізації руйнівного впливу на екосистеми результатів функціонування суб'єктів економічної діяльності сфери туризму, підтримку територіальної громади.

Відповідальність бізнесу в моделі сталого розвитку туризму передбачає усвідомлення і підтримку бізнес-структурами концепції корпоративної соціальної відповідальності. Соціально відповідальна поведінка бізнесу формує стійкі конкурентні переваги, сприяє життєздатності економічних, екологічних та соціальних систем. Проте офіційна підтримка принципів Глобального договору, впровадження в повсякденну діяльність соціальних та екологічних стандартів, дотримання критеріїв відповідальних та безпечних практик, оприлюднення нефінансової звітності, формування пропозицій з екологічним маркуванням «Еко», тощо, переважно спостерігається в рамках великого бізнесу. Однак, більшість підприємств в туризмі складають середні, малі та мікропідприємства.

В бізнес середовищі існує дві фундаментальні соціально відповідальні практики: по-перше, визнання власної соціальної відповідальності і, по-друге, ідентифікація та залучення заінтересованих сторін. Визнання відповідальності включає окреслення кола проблем, що виникають в результаті прийняття рішень й функціональної діяльності бізнесу, а також визначення шляхів щодо вирішення конфліктних ситуацій в спосіб, що сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства в цілому та заінтересованих сторін, зокрема [2]. Іншим аспектом визнання соціальної відповідальності є ідентифікація заінтересованих сторін, що обумовлює повагу й врахування інтересів стейкхолдерів.

Інструментом реалізації, у цьому контексті, є впровадження в повсякденне функціонування бізнес-структурами сфери туризму всіх рівнів принципів та практик соціальної відповідальності. Систематична транспарентна нефінансова звітність, що висвітлює

позитивні та негативні аспекти впливів туризму, може ініціювати конструктивний діалог із стейкхолдерами, а отже, стати інструментом сталого розвитку. Нефінансову звітність можуть надавати до органів місцевого самоврядування всі суб'єкти економічної діяльності, що виробляють характерні та супутні туристські послуги.

Враховуючи, агрегований характер діяльності в сфері туризму, численність і розміри підприємств, що виробляють туристські товари/ роботи/ послуги, об'єднання бізнес-структур одного роду діяльності в професійні асоціації в пошуку загальних рішень, активізує конструктивний діалог із заінтересованими сторонами, щодо реалізації цілеспрямованої стратегії сталого розвитку туризму.

Відповідальність бізнесу в моделі сталого розвитку туризму передбачає конструктивний діалог, щодо формування системи індикаторів сталого розвитку туризму, формалізації механізму моніторингу реалізації проектів та оцінювання їх результативності. Комунікативні процеси можуть стати дієвим інструментом консолідації інтересів контрагентів.

Відповідальність бізнесу в моделі сталого розвитку туризму є лобювання інтересів малих виробників професійними асоціаціями. Окрім того, внаслідок використання внутрішніх взаємозв'язків й інтегрованих системних резервів, асоціації здатні забезпечувати синергетичний ефект, що має сприяти нарощуванню потенціалів бізнес-структур. В цьому контексті, дієвим інструментарієм є розробка асоціаціями методичних матеріалів, організація навчальних програм та прямі консультації середніх, малих та мікропідприємств.

Відповідальність бізнесу сприяє запровадженню добровільних та допоміжних регуляторних механізмів. Дієвим інструментарієм гарантування відповідності певним критеріям якості товарів/ робіт/ послуг/ систем менеджменту/ персоналу бізнес-структур сфери туризму, незалежно від форми власності та організаційно-правових форм, є сертифікація (лат. «sertifico» – підтверджую). Чинним законодавством України сертифікація поділяється на обов'язкову та добровільну [3]. За спостереженнями міжнародних експертів, бізнес-структури, що пройшли добровільну сертифікацію, в повсякденній діяльності акцентовані на етичні стандарти, сумлінні екологічні, ділові та трудові практики, безумовне дотримання чинного законодавства. Добровільна сертифікація має охоплювати бізнес-структури, що надають характерні туристські послуги.

Враховуючи високий ступінь відповідальності, бізнес-структури, що надають характерні та супутні туристські послуги, тобто, презентують регіон відвідування, мають підлягати процедурам

акредитації (лат. «accredo» – довіряти). З однієї сторони, заклади, що задіяні в процесах задоволення потреб відвідувачів регіону, формують його імідж, з іншої, для оцінки якості послуг цих закладів, відвідувачі не мають достатніх компетенцій. Добровільна акредитація засвідчує відповідність якості послуг закладу певному стандарту. В цьому контексті, наприклад, регіональний туристський інформаційний центр ОДА має містити довідкові матеріали тільки щодо акредитованих бізнесів (закладів розміщування, ресторанного господарства, турпідприємств, екскурсійних бюро, гідів, перекладачів, перукарень, магазинів, банків, розважальних центрів, кінотеатрів, тощо).

Впровадження добровільних регуляторних механізмів має сприяти формуванню позитивного іміджу регіону і конкретної території та активізувати конструктивний діалог бізнес-структур, органів влади та інших груп стейкхолдерів. Відповідальність держави в моделі сталого розвитку туризму полягає в ініціації процесів залучення бізнес-структур до добровільних програм.

Консолідована відповідальність бізнесу й держави в моделі сталого розвитку туризму полягає в формуванні у туристів екологічної і соціальної відповідальності в місцях відпочинку. Дієвим інструментом на разі можуть служити адресні інформаційні кампанії (наприклад, етичні кодекси поведінки екскурсантів у зоопарку, дендропарку, тощо), що розроблені з урахуванням наявних знань в бізнес-секторі сфери туризму. Схеми просування таких програм мають ґрунтуватися на об'єднаному потенціалі контрагентів (наприклад, ресурс регіонального туристського інформаційного центру ОДА та каталоги туроператорів, інформаційні матеріали конкретного закладу).

Сфера відповідальності споживачів. Туризм, як сфера послуг, сформована задля задоволення потреб і запитів подорожуючих, об'єктивно залежна від попиту, уразлива щодо зовнішніх чинників. При цьому в суспільстві взагалі не сформований попит на «сталий туризм» та «сталий продукт туризму».

Формування попиту на «сталий туризм» і «сталий продукт туризму» ґрунтується, по-перше, на обізнаності щодо позитивних і негативних впливів туристської діяльності взагалі і, зокрема, туристів на екологічні процеси й біорізноманіття рекреаційних територій, культурно-історичні пам'ятки, автентичні співтовариства, тощо, по-друге, на відповідальному й усвідомленому виборі місць відпочинку.

Попит споживачів на продукти сталого туризму має підтримуватися державною туристською політикою. Дієвим інструментарієм на разі можуть бути державні та регіональні програми маркетингової підтримки, доступ до певних ринкових переваг,

економічне стимулювання, тощо. Позитивним результатом поінформованості й обізнаності споживачів, щодо рівня соціальної відповідальності бізнес-структур та інших груп стейкхолдерів, провладної підтримки сталого способу господарювання й сталих практик надання послуг, поширення конструктивного досвіду та оприлюднення нефінансової звітності, стане формування попиту на «сталий продукт туризму» й моделі відповідальної поведінки туристів.

Усвідомлений вибір «сталого продукту туризму» включає три взаємозв'язані аспекти відповідального вибору: туристичних компаній, місця відпочинку і моделі поведінки під час відпочинку.

Відповідальний вибір місць відпочинку, орієнтованих на сталий розвиток, свідомо перевага туристських підприємств із сталими способами господарювання, на разі є структуроформуючими чинниками сталого розвитку туризму. Активізація «зеленого руху», популяризація екологічних програм має сприяти реагуванню більшості туристів на стан навколишнього середовища в місцях відпочинку, оскільки чисте довкілля є фактором впливу на якість відпустки і суттєвим важелем формування досвіду. Також «зелена» поінформованість формує обізнаність щодо впливів туризму на стан навколишнього середовища і територіальних громад.

Моделі відповідальної поведінки мають формуватися на тлі активних інформаційних кампаній щодо етичних кодексів поведінки туристів із залученням заінтересованих сторін: неурядових організацій та асоціацій, органів влади, тощо. Проте, варто враховувати, що такі заходи викристалізують самозаінтересованість та самосвідомість, засновану на приватних цінностях, а не формують всеосяжну відповідальність за навколишнє середовище.

Відповідальний вибір місця відпочинку і моделі поведінки можуть пропагувати органи влади. Дієвим інструментарієм можуть стати ефективні маркетингові програми або інші програми преференцій, що гарантують доступ до ринків; інформування громадськості щодо схем сертифікації сталих продуктів туризму, організація туристичних ярмарків, акцентованих на таких продуктах. Ініціативи органів влади можуть використовуватися задля забезпечення економічної стабільності громадських, малих і мікропідприємств, обмежених в маркетингових ресурсах. На регіональному рівні маркетингові канали можуть включати рекламу на сайті обласного туристсько-інформаційного центру, довідники туроператорів, ЗМІ, оприлюднені стандарти схем сертифікації, туристичні ярмарки, тощо.

Сфера відповідальності стейкхолдерів. У Декларації тисячоліття ООН [4] підкреслюється, що незважаючи на те, що сталий розвиток,

першочергово, спрямовується й врегульовується державною політикою, загальні темпи поступу залежать від загального внеску всіх груп стейкхолдерів державного та приватного сектора. У програмному документі сформульовані цілі, досягнення яких надасть можливість вирішення основних проблем людства, при цьому акцентується, що ціледосягнення на місцевому рівні ініціює залучення до громадської спільноти. Під «залученням» розуміють довготривалі регулярні комунікації між стейкхолдерами.

Ключовим важелем ініціації регулярного конструктивного діалогу та максимізації взаємних вигід є відповідальність стейкхолдерів. Систематичний діалог координує інтереси та їх відповідальність в моделі сталого розвитку туризму.

Відповідальність стейкхолдерів полягає у формуванні партнерств задля досягнення консенсусу, нівелюванні конфліктів, в які залучені заінтересовані сторони і очікування суспільства як такого.

Можемо зазначити, що відповідальність ключових контрагентів моделі сталого розвитку туризму є детермінантою механізму ухвалення спільних рішень щодо визначення і застосування регуляторних інструментів забезпечення сталого розвитку туризму. Таким чином, конструктивні партнерські відносини є мотиватором гармонізації економічного, екологічного, соціального та етичного клімату суспільства, а отже, провідним фактором задоволення сьогоденних потреб без збитків для майбутніх поколінь.

При цьому, економічна результативність сфери туризму примножується за умови формування відповідальності в межах моделей проактивної поведінки держави, суб'єктів економічної діяльності, споживачів/ туристів, інших груп стейкхолдерів, в рамках чистого довкілля (з точки зору міжнародних екологічних стандартів) та нормального соціального мікроклімату (на державному, регіональному та локальному рівнях).

1. Конвенция о биологическом разнообразии UNEP/CBD/SBSTTA/4/1 Монреаль, Канада 1999. – 28 с.

2. Международный стандарт ИСО/ FDIS 26000:2010 Руководство по социальной ответственности: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.iso.org

3. Декрет КМУ Про стандартизацію і сертифікацію від 10.05.1993 р. № 46-93 // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993. – № 27. – С. 289.

4. Декларация тысячелетия ООН / United Nations (UN): The United Nations Millennium Declaration, General Assembly resolution: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.un.org/ru

Отримано 24.10.2013